

Проблема распространения чайлдфри требует особого комплексного решения. По мнению, Кислова А.Г., только при взаимодействии общества, органов власти и образования можно разработать комплекс мер по воспитанию подрастающего поколения и освоения родительских ролей. Одной из возможных форм репродуктивного и семейного воспитания молодого поколения могут быть мастер-классы. Их влияние будет более эффективным, если они будут проводиться авторитетными людьми (представителями референтных групп). Среди них обязательно должны быть люди, успешные и в семье, и в карьере, удачно сочетающие такие важные роли как «родитель» и «профессионал».

Эффективным способом формирования адекватных социальных ролей может быть социальная реклама, которую смотрят миллионы людей, включая и молодежь. Социальная реклама должна быть одновременно мотивирующей и объективной. Она должна продвигать идею о том, что в семье, как и в профессии, и бизнесе, необходимо быть предприимчивым, целеустремленным, думающим. В этой связи следует согласиться с мнением Е. Сивановой: «Никто и не говорил, что быть родителем легко. И чем старше становятся твои дети, тем родительская ноша тяжелее. Спасает только то, что с годами мы сами мудрее становимся и всё-таки решения принимать проще» [3].

### **Библиографический список**

1. Глуховский Д. Будущее. – М.: АСТ. – 2013. – С. 476.
2. Кислов А.Г., Шапко И.В. Социальный чайлдфри-симптом // Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования: матер. XVIII Междунар. научн.-практ. конф. Памяти проф. Л.Н. Когана (19–20 марта 2015 г., Екатеринбург, УрФУ). – Екатеринбург: УрФУ. – 2015. – С. 2171–2182.
3. Отцы и дети [Электронный ресурс]. URL: <http://citaty.info/tema/otcy-i-deti> (дата обращения 14.04.2016).

**УДК 316.334.23**

*Н. В. Филиппова,*

магистрант,

*П. А. Амбарова,*

доцент,

Уральский федеральный университет,

Екатеринбург, Россия

### **РАЗВИТИЕ СТУДЕНЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

**Аннотация.** Рассматривается отношение российских студентов к предпринимательству. Обобщены результаты социологических исследований мнений студенческой молодежи о развитии предпринимательства в молодежной среде. Представлен опыт зарубежных стран по поддержке студенческого предпринимательства в вузе.

**Ключевые слова:** студенчество, предпринимательство, студенческое предпринимательство.

*N.V. Filippova,*  
master student,  
*P. A. Ambarova,*  
associate professor,  
Ural Federal University,  
Yekaterinburg, Russia

## THE DEVELOPMENT OF STUDENT ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA AND FOREIGN COUNTRIES

**Abstract.** Examines attitudes of Russian students towards entrepreneurship. Summarizes the results of sociological researches of students opinions about the development of entrepreneurship among the youth. Presents the experience of foreign countries in support of student entrepreneurship at the University.

**Keywords:** students, entrepreneurship, students entrepreneurship.

Усиление значения сектора малого предпринимательства в настоящее время становится одним из приоритетных направлений развития российской экономики. Малый бизнес является более адаптивным, быстрее реагирует на изменения динамичной внешней среды, активно способствует развитию инновационного потенциала экономики, осуществлению коммерциализации научных исследований и внедрению инновационных технологий. Малый бизнес способствует появлению новых продуктов, услуг и технологий на рынке, создает новые методы производства. Зарубежный опыт показывает, что ведущую роль в генерации предпринимательства играют университеты как место сосредоточения науки, образования.

Студенты являются наиболее активной, творческой и перспективной частью общества, способны легко воспринимать всё новое и с большей степенью готовности брать на себя риски. В западных университетах студент, как потенциальный предприниматель, является связующим звеном между учеными и инвесторами. Развитие студенческого предпринимательства на базе университета способствует экономическому развитию региона, где расположен университет. Создаются рабочие места (в том числе рабочие места для студентов и наукоемкие рабочие места), происходит диверсификация местной экономики, привлечение инвестиций [1]. Понимание необходимости развития малого бизнеса в университетах пришло и в Россию, что повлекло за собой создание соответствующих институтов. Однако российскому студенческому предпринимательству требуется адаптация соответствующего зарубежного опыта.

На сегодняшний день сектор малого бизнеса в структуре российской экономики по сравнению с промышленно развитыми странами недостаточно развит. Так, сектор малого бизнеса России обеспечивает рабочими местами лишь 27 % экономически занятого населения, тогда как в ЕС и США – 67 и 50 % соответственно. Вклад сектора малого бизнеса в ВВП в большинстве развитых стран колеблется в интервале от 50 до 60 %. В США значение этого показателя составляет 60 %. В ЕС малый бизнес обеспечивает 58 % валового внутреннего продукта. В России вклад малого бизнеса в экономику страны существенно ниже – предприятия малого бизнеса обеспечивают около 21 % ВВП [2].

В наши дни одним из направлений развития малого предпринимательства в России является студенческое предпринимательство. Как же оценивают сами студенты свою готовность к предпринимательству? Какие тенденции развития студенческого предпринимательства? В поисках ответа на эти вопросы обратимся к данным эмпирических исследований.

Социологическое исследование «Молодежь и малое предпринимательство», проведенное А.В. Иноземцевой в 2014 г., отражает оценки новосибирских студентов развития предпринимательства. Результаты свидетельствуют о том, что в целом студенты готовы начать заниматься малым бизнесом, но большая часть из них не знает, как это делать, и им, помимо знаний, полученных в вузе, необходимо обучение основам предпринимательства. Лишь примерно пятая часть студентов, помимо готовности к данной деятельности, имеет представление о том, как организовать собственное дело. Студенты, которые не хотят заниматься предпринимательской деятельностью, объясняют это отсутствием первоначального капитала, присутствием психологической неуверенности в успехе своего дела, отсутствием идеи. Также их отталкивает от предпринимательской деятельности необходимость давать взятки, обходить законы. Отсутствие интереса к предпринимательской деятельности прослеживается только у 16 % опрошенных, не желающих открывать собственное дело [3, с. 34–35].

Интересное исследование было проведено уральским исследователем А.В. Ивановой в 2010 г. Оно выявило отношение студентов к предпринимательству в Уральском государственном университете (ныне УрФУ). А.В. Иванова выявила как позитивные так и неативные тенденции развития студенческого предпринимательства. К позитивным тенденциям относится то, что больше половины, а именно 58 % опрошенных, хотели бы стать предпринимателями [4, с. 25]. Негативной тенденцией является слабая ориентация студентов на развитие инновационного сектора предпринимательства. Большинство студентов предпочитают создавать свой бизнес в секторе торговли и потребительских услуг. Также была отмечена тенденция, связанная со слабой восприимчивостью студентов возможности создания технологического предпринимательства в рамках университета. Многие студенты не знают о такой возможности, что говорит о слабой работе вуза в области развития инновационной деятельности.

Названное исследование позволило выделить три блока факторов, препятствующих студентам создавать свой бизнес. *Первый блок* связан с личностными качествами студента: боязнь брать на себя риски и тратить много времени на развитие своего дела. *Второй блок* связан с отсутствием необходимых ресурсов: финансовых, нематериальных (знаний, навыков), материальных (помещений и оборудования). *Третий блок* составляют факторы, связанные с внешней средой: нестабильная конъюнктура рынка, коррупция, неустойчивое законодательство и др. Оказывается, часть студентов связывает предпринимательство с совершением неэтичных поступков и рассматривает его в качестве слабой позиции для развития личности. Однако большинство студентов имеют положительное отношение к предпринимательству и на хорошем уровне оценивают роль государства и вуза в развитии процессов активизации инновационного предпринимательства [4].

Таким образом, следует отметить общую положительную тенденцию студенческого предпринимательства в России, проявляющуюся в желании студентов заниматься предпринимательством. В то же время мы видим, что существует несколько барьеров, которые мешают начать и вести успешную деятельность, а именно: неуверенность в себе, боязнь рисковать, отсутствие идей, финансовых ресурсов, необходимых знаний и навыков. Мы видим, что развитие студенческого предпринимательства зависит не только от роли самого вуза, но и от целого ряда проблем, которые должны решаться государственными структурами. Среди них: несовершенная система налогообложения, отсутствие специальных мер государственной поддержки и административные барьеры, отсутствие эффективных механизмов финансово-кредитной поддержки [5]. Нерешенность этих проблем сдерживает инициативу молодых людей, тормозит реализацию их потенциальных предпринимательских способностей.

Для развития предпринимательства среди российских студентов важно обратиться к опыту поддержки молодежного предпринимательства (в том числе студенческого) в зарубежных странах. Международный опыт молодежных предпринимательских организаций свидетельствует о том, что они выполняют важные функции, прежде всего, в плане налаживания взаимодействия между молодыми предпринимателями, обучения, организации консультаций с состоявшимися бизнесменами, продвижения деловой культуры среди молодежи, создания новых рабочих мест. Рассмотрим опыт поддержки студенческого предпринимательства Германии, США и Великобритании.

Крупнейшим объединением молодых предпринимателей Германии федерального уровня является Wirtschaftsjuvenen Deutschland (WJD). Эта организация объединяет молодых предпринимателей и руководящих работников возрасте до 40 лет. Перед WJD поставлена задача поддержания высокого статуса предпринимателя в обществе, содействия развитию социально ответственной рыночной экономики, повышению конкурентоспособности германского предпринимательства в мире. Международная деятельность осуществляется в рамках Junior Chamber International (JCI). Объединение было создано в 1954 г., состоит из 11 земельных (Bayern, Baden- Württemberg, Berlin-Brandenburg, Hanseraum, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen) и 210 районных объединений. Общее руководство деятельностью районных отделений осуществляет, как правило, местная торгово-промышленная палата (ТПП). На федеральном уровне эту функцию выполняет Объединение торгово-промышленных палат Германии (ДИХК) в Берлине [6].

Другим молодежным объединением предпринимателей является Союз молодых собственников семейных предприятий – Die Jungen Unternehmer (BJU Verband für junge Familien- und Eigentümerunternehmer). Союз был создан в 1950 г., насчитывает сегодня порядка 1500 членов в возрасте до 40 лет, представляющих все отрасли экономики Германии. Членами Союза могут стать собственники предприятий, имеющие не менее 10 работников или более 1 млн. евро годового оборота. Членом Союза может также стать начинающий предприниматель, доказавший, что имеет шанс достичь необходимого уровня развития предприятия в течение пяти лет [6].

Д.Ш. Султанова и Д. Уильямс проанализировали предпринимательскую деятельность ряда университетов США и Великобритании. Они сделали вывод о том, что, несмотря на разницу в способах реализации данного направления в разных вузах (от акцента на трансферт технологий и патентование разработок ученых до развития студенческого предпринимательства) есть общие факторы, характеризующие становление предпринимательских университетов [7]. Одним из таких факторов является смещение внимания на студенческое предпринимательство – как в виде развития инфраструктуры поддержки студенческих стартапов, так и в виде обучения предпринимательству студентов любых специальностей на всех этапах обучения (бакалавриат, магистратура, аспирантура). В вузах США наблюдается увеличение числа наукоемких стартапов. В британских вузах студенческое предпринимательство развивается в широком смысле. В обеих странах организуется всесторонняя поддержка предпринимательской деятельности студентов и преподавателей со стороны руководства университетов [8].

Таким образом, зарубежный опыт показывает, что залогом успеха развития студенческого предпринимательства является обучение предпринимательству на всех этапах обучения и активное взаимодействие с руководством университета и органами власти всех уровней, а также с представителями частного и некоммерческого сектора. Целесообразно адаптировать данный опыт к студенческому предпринимательству в России, так как это поможет снизить административные барьеры, создать эффективные механизмы финансово-кредитной поддержки, а также социальные программы развития предпринимательства в университетах.

### Библиографический список

1. Шадова З.Х., Кошиева З.Р., Talaat Hasaan. Стимулирование студенческого предпринимательства и создание спин-офф компаний // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. - № 5. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/stimulirovanie-studencheskogo-predprinimatelstva-i-sozdanie-spin-off-kompaniy> (дата обращения: 23.01.2016).
2. Малый и средний бизнес в 2012 году: международный опыт регулирования и финансирования // Российский статистический ежегодник. М., 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://smb.gov.ru/statistics/navy/analitic/9332.html> (дата обращения: 23.01.2016).
4. Иноземцева А.В. Молодежь и малое предпринимательство: результаты социологического исследования // Теория и практика общественного развития. – 2014. - № 19. – С. 34–37.
5. Иванова А.В. Развитие студенческого предпринимательства в Уральском федеральном университете: опыт и перспективы // Университетское управление: практика и анализ. – 2010. - № 3. – С. 21–26.
6. Резник Г.А. Студенческое предпринимательство в вузе: проблемы и перспективы развития // Проблемы современной экономики. – 2010. - № 3. – С. 411–413.
7. Опыт Великобритании, Германии, США, Японии, Польши и Венгрии в развитии малого предпринимательства. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.giac.ru/content/document\\_r\\_564FE1FC-14A2-42CB-AA00-34179DD4DFF3.html](http://www.giac.ru/content/document_r_564FE1FC-14A2-42CB-AA00-34179DD4DFF3.html) (дата обращения 25.12.2015).
8. Султанова Д.Ш., Dina Williams. Инфраструктура коммерциализации научно-технических разработок и развития инновационного предпринимательства в университетах США и Великобритании // Вестник Казанского технологического университета. – 2013. - № 2. – С. 252–255.
9. Султанова Д.Ш., Бурылина Д.Г. Реализация концепции предпринимательского университета // Казанский педагогический журнал. – 2015. - № 5. – С. 125–128.

#### УДК 342.9

*Е. О. Шакирова,*

студент,

Уральский федеральный университет,

Екатеринбург, Россия

### ПРОБЛЕМА КОРРУПЦИИ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

**Аннотация.** В статье коррупция представлена как социальное явление. Рассмотрены ее основные причины, а также формы борьбы с коррупцией в Российской Федерации и зарубежных странах.

**Ключевые слова:** коррупция, органы государственной власти, государство, гражданское общество.

*E. O. Shakirova*

student,

Ural Federal University,

Yekaterinburg, Russia